



Hizmet Pazarlaması Bakış Açısıyla Tarımsal Turizm İşletmelerinde Üretim Planlaması ve Yönetimi Faaliyetlerine Yönelik Bir Analiz (An Analysis of Production Planning and Management Activities in Agricultural Tourism Enterprises with the Perspective of Service Marketing)

* Ahmet AYDIN ^a 

^a Nişantaşı University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of Business Administration, İstanbul/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 10.11.2022

Kabul Tarihi: 16.12.2022

Anahtar Kelimeler

Hizmet pazarlaması

Tarımsal turizm işletmesi

Üretim planlaması

Üretim yönetimi

Ürün ve hizmet

Öz

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren tarımsal turizm işletmeleri, son yıllarda ilgi çeken, farklı ve içerik olarak zengin ürünler/hizmetler sunması bakımından turistlerin ilgisini çekmektedir. Özellikle doğayla iç içe, huzurlu ve sessiz bir ortamda, farklı aktivitelerle rahatlanması, farklı hobilerin kazanılmasında fırsatlar elde edilebilmesi, üretilecek ürünlerle organik ve sağlıklı gıda tüketiminin mümkün olabilmesi, farklı kültürler hakkında bilgi ve deneyim sahibi olunabilmesi vb. olanakların/hizmetlerin sunulması bakımından tarımsal turizm işletmeleri daha fazla öne çıkabilmektedir. Özellikleri ve sunulan hizmetler nedeniyle tarımsal turizm işletmelerinin sektördeki payı ve önemi, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de artmaktadır. Çalışmada; üretim planlama ve yönetimi ile ilgili yürütülen uygulamalarla ilgili olarak uygunluk, uygulanabilirlik, üretimde verimlilik ve müşteri/tüketici memnuniyetinin sağlanmasına yönelik analizlere ve önerilere yer verilmiştir. Sonuç olarak, tarımsal turizm işletmelerinin detaylı, stratejik planlamalar ve yönetim süreçleri ile kapasiteleri doğrultusunda ürün/hizmet üretmek faaliyet gösterebilmelerine yönelik analizler ve çıkarımlar geliştirilmiştir. Ayrıca, hizmet pazarlaması stratejileri doğrultusunda, tarımsal turizm işletmelerinin üretim planlama/yönetimi faaliyetlerini başarılı biçimde yürütebilmeleri, hedef kitlelerinde memnuniyet oluşturabilmeleri ve daha fazla müşteri kazanabilmelerine yönelik öneriler sunulmuştur.

Keywords

Service marketing

Agricultural tourism enterprises

Production planning

Production management

Product and service

Makalenin Türü

Derleme Makale

Abstract

Agricultural tourism enterprises operating in the service sector attract the attention of tourists in terms of offering different and content-rich products/services that have attracted attention in recent years. Especially in a peaceful and quiet environment, intertwined with nature, being able to discharge with different activities, obtaining opportunities for acquiring different hobbies, consuming organic and healthy food with the products to be produced, having knowledge and experience about different cultures, etc. in terms of providing opportunities/services, agricultural tourism enterprises can come to the fore more. Based on these emerging developments, the share of agricultural tourism enterprises in tourism is increasing and their importance in the Turkish economy is increasing as in other countries' economies. In the study; analyzes and suggestions for compliance, applicability, efficiency in production and customer/consumer satisfaction regarding the practices carried out on production planning and management are included. As a result, analyzes and inferences have been developed for agricultural tourism enterprises to operate by producing products/services in line with their detailed, strategic planning and management processes and their capacities. In addition, in line through service marketing strategies, suggestions have presented for agricultural tourism enterprises to successfully carry out production planning/management activities, to create satisfaction in their target audiences and to gain more customer.

* Sorumlu Yazar

E-posta: ahmet.aydin@nisantasi.edu.tr (A. Aydın)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1140

GİRİŞ

Tarım ve turizm arasında bağlantılar kurmak, gelişmekte olan ülkelerde turizmin ekonomik etkilerini en üst düzeye çıkarmak için kritik öneme sahiptir (Rogerson, 2012: s. 616). Tarımsal turizmin ortaya çıkması ve gelişmesi, turizm ekonomisinin canlanması ve dolayısıyla diğer sektörlerin de olumlu yönde etkilenmesi anlamını taşımaktadır. Tarımsal turizm faaliyetinde bulunan işletmelerde turistlerin kullanımı için ihtiyaç duyulan tohumlar, sebze fideleri, meyve fidanları, çapalama araçları ve diğer tarımsal araç-gereçler, sulama sistemleri, ulaşım araçlarının giremeyeceği yerler için taşımada kullanılacak hayvanlar, konaklama hizmeti için barınma yerleri, ilave ihtiyaç duyulan ve protein desteği sağlayan gıdalar, gününbirlik turlar için rehberler ve tercümanlar vb. ürünlerin/hizmetin temin edilmesiyle, birçok sektör olumlu biçimde etkilenmekte ve üretimin artması sonucu ortaya çıkmaktadır.

Yerleşim yerlerindeki doğal çevrenin farklılığı kültüre yansımakta ve kültür, doğal çevre ve toplum birbirleriyle etkileşime girmektedir. Farklı çevrelerde farklı kültürlerin ortaya çıkması, kültürleri tanıma isteğini gündeme getirmiş, bu durum eğlenme-dinlenme talebi ile birlikte turizmin gelişmesine, coğrafya-kültür ve turizm arasındaki ilişkinin güçlenmesine yol açmıştır (Emekli, 2006: s. 51). Farklı kültürlerle yönelen ilgiye bağlı olarak, yeni ve farklı hobilerle vaktin geçirilme isteği, birçok kişiyi tatil tercihleri konusunda farklı arayışlara yöneltmektedir. Stresli kent yaşamından bunalan bireyler, tarımsal turizm tesislerindeki tatil süreleri boyunca doğayla baş başa kalarak rahatlamakta ve sonraki döneme yenilenmiş hissi ile girebilmektedirler. Tatil yapan bireyler ve firmalar için tarımsal turizm faaliyetlerinden verim alınabilmesi, iyi ve eksiksiz tasarlanmış üretim planı ve yönetimi ile mümkündür. Tarımsal turizm işletmelerindeki üretim planlaması, organizasyon ve ürün/hizmet üretim faaliyetleri, işletmelerin stratejik hedefleri ve doğal çevre ile uyumlu olmalıdır. Böylece turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği sağlanabilir.

Bu çalışmada; literatürden toplanan bilgiler çerçevesinde ve tımdengelim yöntemine uygun bir anlayışla, üretim planlaması ve yönetimi kavramlarının irdelenerek işletmeler bakımından önemine değinilmesi, üretim planlaması ve yönetimi faaliyetlerinin hizmet işletmelerinde nasıl yürüdüğü, turizm sektöründe faaliyet gösteren farklı işletmelerdeki üretim planlaması/yönetimi faaliyetlerinin neler olduğu ve yapılması gerekenlerin tartışılarak yeni bakış açılarının ve önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma; kırsal ve yerel yerleşim merkezlerinde konumlanan tarımsal turizm işletmelerinde yürütülen ve yürütülmesi gereken üretim planlama ve yönetimi faaliyetlerinin detaylı biçimde irdelenmesi, literatüre katkı sağlanmasının amaçlanması ve tarımsal turizm işletmeleri ile kamu kuruluşlarına yönelik öneriler geliştirilmesi bakımından önem arz etmektedir. Tarımsal turizm işletmeleriyle ilgili üretilen bu teorik çalışma işletmeler, akademisyenler ve kamu kurumlarının ihtiyaç duyabileceği temel bilgilere, bakış açılarına, analizlere ve önerilere ulaşılabilir olması bakımından önem arz etmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Üretim Planlama/Yönetimi Kavramları ve İşletmeler İçin Önemi

Üretim planlama süreci; hangi ürünlerden ve hizmetlerden hangi düzeyde üretim yapılacağı, kapasite ihtiyacının ne olacağı, üretimin gerçekleşebilmesi için gerekli hammadde-yarı mamul, malzeme, makine ve işgücü niteliğinin belirlenmesi faaliyetlerini içermekte, makinelerde ve işlerde kalifiye/eğitilmiş personelin istihdam edilerek en uygun iş yüklemesinin yapılması, ürün/hizmet talep düzeyinin saptanması, mevcut kapasite ile üretime yönelik planların/programların belirlenmesi ve üretimle ilgili tüm işler için gerekli finansal kaynağın hesaplanması gibi farklı birçok faaliyetten oluşmaktadır (Demirdöğen & Güzel, 2009: s. 43). Detaylı işlemlerden oluşan ve dikkat gerektiren

üretim ile ilgili planlamanın başarısı, planlama öncesinde üretim yönetimi faaliyetlerinin doğru biçimde organize edilmesi ve yürütülmesiyle mümkündür. Soysal ve Ömürgönülşen (2010: s. 130)'in belirttiği gibi; taleplerin tahmini, müşteri/tüketici talebinin belirlenmesi ve bunlara dayanarak üretim planının yapılması, üretim/işlemler yönetiminde oldukça önemlidir. Müşteri/tüketici talebinin tahmin edilmesi, hangi miktardaki ürünün/hizmetin ne kadar hammadde, işgücü ve diğer üretim faktörlerinin kullanılarak üretilceğinin planlanması ve ne kadar stok bulundurulacağına saptanması, üretim/işlemler yönetiminde alınacak stratejik kararlar için yol gösterici olacaktır.

Üretim yönetimi; işletmedeki malzeme, araç-gereç, makine, enerji ve insan gücü kaynaklarının, belirli miktarlardaki ürünün/hizmetin hedeflenen niteliklerde, istenilen zamanda ve optimum maliyetle üretilmesini sağlayacak biçimde bir araya getirilmesidir. Üretim yönetimindeki miktar, kalite, zaman ve fiyat unsurlarından hepsinin aynı anda ve en iyi biçimde gerçekleşmesi mümkün değildir. Örneğin, miktarın yüksek olması satışları olumlu etkileyebilirken stok taşıma veya stok bulundurma maliyetlerini artırabilmektedir (Kobu, 2017: s. 5-6). Üretim yönetiminde üretim sisteminin tasarımı ve kuruluşuyla ilgili olarak çeşitli öncü kararlar alınır. Üretim sistemini tasarımı ve kuran kararlar, üretimden önce alınır. Bu kararlar yapısal ve stratejik nitelikte oldukları için uzun dönemler boyunca etkili olurlar. Uzun dönemli üretim planlaması, bu tür stratejik kararları kapsar. Bu kararlar, öncü ve esnek kararlar olup uyumlaştırıcı ve düzenleyici özellikler taşımaktadır. Böylece yöneticilerin hareket alanı genişler ve stratejik kararlarda, üretimdeki kaynak temini sorununun çözümü kolaylaşır (Duymaz & Ergen, 2013: s. 36). İşletmelerin üretim ve diğer faaliyetleriyle ilgili operasyonel kararlar, işletme yöneticilerinin dikkat ve enerjisinin büyük bir kısmını alan ve en çok meşgul eden konulardandır.

İşletmelerde temel amaç, kaynakların mümkün olan en etkili ve verimli biçimde kullanım ve değişim sürecini sağlamaktır. Yürütülen faaliyetler; bir organizasyon bölümü veya biriminin, eldeki imkânlardan en olumlu sonuca ulaşmak için vereceği kararlarla ilgili olduğu için bu araçları ve olanakları en iyi biçimde düzenlemek ve çalıştırmak gerekmektedir (Eren, 2013: s. 39). Örneğin, üretimde kullanılacak malzeme, araç-gereç, enerji ve insan gücü maliyetlerinin saptanması, satışların artışı sağlayacak çabaların yürütülmesi, üretim programı ve stok bulundurma düzeylerinin kontrol edilmesi gibi faaliyetler belirtilen konulara dâhildir. Üretimle ilgili planlama ve yönetim sürecine etki eden tüm unsurlar ve girişimler birbirlerini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu nedenle işletme yöneticilerinin üretim ile ilgili tüm aşamaları detaylı ve doğru biçimde analiz etmesi ve farklı işlemleri yerine getirmesi gerekmektedir. Duru Baykal ve Tunç (2011: s. 10)'un değindiği gibi; üretim yönetiminde iş akışının analizi, standart sürelerin ve iş gruplarının belirlenmesi gerekmektedir. Üretilcek bir ürünün/hizmetin, üretim hattı boyunca üretiminin/sunumunun kesintisiz ilerlemesinin sağlanması vb. işlemler üretim yönetimi kapsamına girmekte ve insan unsuru nedeniyle çalışma zamanı kullanım oranının belirlenmesi de oldukça önem taşımaktadır.

Hizmet İşletmelerinde Üretim Planlaması ve Yönetimi

Mallar daha çok somut özellikleriyle öne çıkarken hizmetler daha çok soyut yönleriyle öne çıkan ürünlerdir. Bu nedenle hizmetlerin kitlelerce değerlendirilmesi mallara kıyasla daha zordur. Satın alınan ürünlerin olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilebilmesi için malların veya hizmetlerin deneyimlenmesi gereklidir. Örneğin, yeni açılan bir restoranın veya kuaförün hizmet kalitesini anlamanın en iyi yolu, işletmelerde sunulan malların ve hizmetlerin deneyimlenmesidir. Bazı sektörlerde malların ve hizmetlerin, deneyimleme ile değerlendirilmesi mümkün olmamakta, bu yüzden hizmet ürünlerinde hizmeti sunan kişi veya kurumun uzmanlığına güvenmekten başka seçenek kalmamaktadır. Örneğin, kalp ameliyatı yapan bir doktorun sunduğu tedavi hizmetinin deneyimlenmesi

mümkün olmadığından edinilen bilgiler çerçevesinde doktorun uzmanlığına güvenilerek hizmetten yararlanılır (Altunışık vd., 2017: s. 298). Hizmete ilişkin işler sadece otel, havayolları, bankalar, eğitim kurumları vb. gibi endüstrilerde çalışanları değil bağımsız hizmet sunan bireyler, kurum avukatları ya da hukuk müşavirleri, tıbbi personel ve eğlence işletmesi çalışanları gibi değişik alanlarda hizmet verenleri de kapsamaktadır. Artan hizmet seçeneği ve gelir düzeylerindeki artışla birlikte daha önce satın alma gücü ve istekleri olmayan insanlar seyahat, eğitim, kültür, tıbbi bakım vb. hizmetleri daha fazla talep eder duruma gelmişlerdir (Tek & Özgül, 2010: s. 378-379). Bu gibi nedenler, hizmet işletmelerinin elini güçlendirse bile zorlu rekabet şartları, fiyat konusunda rahat davranılmasını önlemektedir.

İşletmeler satış politikalarını belirlerken fiyatların müşterinin kabul edebileceği fiyat düzeyi ile sınırlanması gerçeği ile karşı karşıyadır. Bu durum işletmelerin fiyat değişkeni üzerinde hareket esnekliğini sınırlandırmaktadır. Fiyat düzeyinin beklenen kârlılığı sağlayabilmesi için üzerinde durulacak diğer değişkenlerden en önemlisi maliyetlerin etkin yönetimidir. Maliyetleri düşürmeye etki eden faktörleri tek tek ele alan ve ileri düzeyde ayrıntılı teknik çalışmalardan oluşan yeni teknikler tüm işletmelerde olduğu gibi hizmet üretim işletmelerinde de yer edinmeye başlamıştır (İrdem, 2014: s. 82). Üretim faaliyetlerindeki farklı birçok faktör, hizmet işletmelerinin rekabet edebilirliği açısından önem arz eden unsurlar arasında yer almaktadır. Bunların başında organizasyon yapısına uygun bir üretim planının yapılması ve uyarlanması gelmektedir. Ekonomilerdeki paylarının her yıl arttığı göz önüne alındığında, hizmet sektöründeki üretim planlama ve yönetimi faaliyetlerinin önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Bahar (2021: s. 219)'ın belirttiği gibi; günümüzde dünya ekonomileri dikkate alındığında tarım, balıkçılık, ormancılık ve madencilik sektörlerinde oluşan birincil sektör, imalat ve madencilik sanayi sektörlerini ifade eden ikincil sektör ve hizmet sektörü olarak anılan üçüncül sektör arasındaki dağılımlar farklılık göstermektedir. Birincil ve ikincil sektörlerin ekonomiler içindeki payı her geçen yıl azalırken, üçüncül sektörün payı artmaktadır.

Ekonomiler içinde artan pay ile birlikte hizmet işletmeleri diğer sektör temsilcilerinden farklı ve fazla miktarda malzeme ve teçhizatlar tedarik etmekte, bu durum diğer işletmeleri ekonomik anlamda olumlu biçimde etkilemektedir. Hizmet işletmelerinde, üretimin plana uygun ve yönetimde sorun yaşanmaması için makine, malzeme ve araç-gereç tedariki ile enerji, uygun stok alanı vb. olanakların eksiksiz tamamlanması gerekmektedir. Uygun bir üretim sürecinin belirlenmesinde, işletmede çalışacak insan gücü unsuru diğerlerinden önce gelmektedir. Çünkü bu tür işletmelerde daha çok soyut ve dokunulamayan hizmetler sunulmaktadır. Bu nedenle, sunulan hizmetlerin önemini bilen, sunulacak hizmetleri özümseyen, müşterilere/tüketicilere hitabet/davranış anlamında başarılı ve uyumlu, üretim sürecindeki araçları-gereçleri ve malzemeleri iyi bilen/kullanan, eğitilmiş/donanımlı, kalifiye, dikkatli ve kibar çalışanların bulunması zorunludur. Hizmetlerde, çalışanlar kadar önemli bir unsur olan müşteriler/tüketiciler, doğrudan veya dolaylı biçimde hizmetlerin üretimine katılabilmektedir. Parker (2022: s. 149)'ın ifade ettiği gibi; müşterilerin hizmet üretim sürecine katılımı, sunulan hizmetin oluşturacağı ve beklenen faydaların/değerlerin yanı sıra artırılmış bir deneyim sunmaktadır. Müşteri katılımlı hizmet süreçleri ve hizmetin müşteri tarafından kişiselleştirilmesi, süreci ve algılanan hizmet kalitesini olumlu veya olumsuz biçimde etkileyebilmektedir.

Turizm İşletmelerinde Üretim Planlaması ve Yönetimi

Turizm, 1960'lardan bu yana gelişmekte olan ülkelerde ekonomik kalkınma stratejilerinin ayrılmaz bir bileşeni olmuştur. Turizm endüstrisinin döviz girdisi sağlama, uluslararası yatırım çekmesi, vergi gelirlerini artırması ve yeni işler oluşturma potansiyeli, gelişmekte olan ülkelerin turizmi makro ekonomik büyüme için bir itici güç olarak

görmesine ve teşvik etmelerine yol açmıştır (Torres ve Momsen, 2004, ss. 294-295). Özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri için oldukça önem arz eden turizm gibi bir hizmet endüstrisinde yer alacak hizmetlerin ve süreçlerin son derece dikkatli ve özenli yürütülmesi gereklidir. Bunun için turizmle ilgili çabalara girişmeden ve uygulamalara başlamadan önce iyi düşünülmüş, analiz edilmiş planlara ve yönetim süreçlerine ihtiyaç vardır. Uygulanacak planlar ve yönetsel süreç kararlarının bazı temel özelliklere ve niteliklere sahip olması turizm işletmesinin faaliyetlerindeki başarı ihtimalini oldukça artıracaktır.

Ekonomik faaliyetler arasında kritik öneme sahip olan planlama kavramı, turizm sektörünün kendine özgü nitelikleriyle uyumlu olmak durumundadır. Turizm, ekonomilerde yaşanabilen genel ekonomik durgunluğa karşın diğer sektörlerle oranla büyüeyebilen bir sektör durumundadır. Bu yüzden, turizm sektöründe iyi hazırlanmış ve seçilmiş planlama stratejilerine gereksinim vardır (Altnay vd., 1995: s. 87). Turizm planlaması ve politikası; turizmin nasıl geliştiği, kimin kazanıp kaybettiği ve turizmin fayda ve sonuçlarının nasıl dağıtıldığıyla ilgili konular üzerindeki en önemli etkenlerden biridir (Dredge & Jamal, 2015: s. 285). Farklı türde ürünler ve hizmetler sunan turizm işletmelerindeki üretim ile ilgili planlama, organizasyon, yönetim ve uygulamalarında temel amaç; optimum maliyetlerle üretim yapmak/hizmet sunmak ve yüksek düzeyde kâr elde ederek rekabet gücü kazanabilmektir. Farklı türdeki ve yapılanmadaki turizm işletmeleri göz önüne alındığında, konaklama, seyahat, sağlık-rekreasyon, eğlence ve yeme-içme gibi farklı türde birçok ürünün/hizmetin detaylı biçimde planlanarak ve organize edilerek sunulduğu görülmektedir.

Konaklama işletmelerinde üretim ve diğer işletme faaliyetleri ile ilgili karar alma aşaması ve konularında yararlanılacak faktörler, diğer işletmelerdeki gibi rekabet edebilirlik, kârlılık ve sürdürülebilirliktir. Ancak konaklama tesislerindeki maliyetler, üretim türünün farklı olması ve ortaya çıkan ürünün büyük çoğunluğunun hizmet olması nedeniyle diğer işletmelere göre farklılıklar arz etmektedir. Konaklama işletmeleri, hizmet üretimi ve sunumu maliyetlerini ortaya çıkmadan önce tahmin etmek/belirlemek, iş/işletme ortaklarını memnun edecek düzeyde hedef kâra ulaşmak, müşteri/tüketici talep ve beklentilerine uygun özelliklerde hizmet üretmek/sunmak durumundadır (Kurtlu & Çakır, 2019: s. 94). Müşteri/tüketici taleplerini karşılamaya çalışan otel, motel, pansiyon, misafirhane vb. unvanlarla faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde konaklama dışında, konferans, toplantı, eğlence, yeme-içme, yüzme, sauna, spa vb. birçok hizmet sunulmaktadır. Bunlar arasında yer alan ve konaklama amaçlı kullanılan oda ve yatak hizmeti öz/temel hizmet, kahvaltı ve yemekler ise zenginleştirici hizmetler olarak tanımlanabilir. Konaklama işletmelerinde zenginleştirici hizmet olarak sunulan yeme-içme hizmetleri restoran, lokanta, fastfood, snackbar, bar, cafe vb. hizmet işletmeleri için öz hizmet olabilmektedir.

Yiyecek ve içecek üretimini planlamak ve yönetmek, ilgili konaklama departmanı için büyük bir sorumluluktur. Konaklama işletmeleri önceki yıllarda, çoğunlukla farklı yemek üretimi ve servisi için farklı gıda üretim tesisleriyle birlikte inşa edilmişti. Artış gösteren alan, ekipman, istihdam, operasyon ihtiyaçları ve maliyetleri, bu tasarım biçiminin kullanılılığını azaltmış ve restoranlar çoğunlukla ayrı bir işletme olarak faaliyetlerini sürdürmeye başlamıştır. Sarıışık (1994: s. 68)'ın değindiği gibi, bir endüstri olarak yiyecek/içecek hizmetleri ve otel restoranlarından banket odalarına, atıştırma barlarından kafeteryalara kadar, hatta evlerden uzak yerlere yiyecek sağlayan ve değişik bölümlerden oluşan mikro işletmelere kadar farklı heterojen gruplar olarak sektörde yer almaktadır.

Otel, pansiyon, restoran, lokanta, fastfood, cafe, bar, dinlenme tesisleri, organik sebze/meyve ekimini, tüketimini ve diğer turistik aktiviteleri kapsayan çiftlikler vb. işletmelerde, müşterilere/tüketicilere ihtiyaç anında cevap verilebilmesi ve memnuniyetlerinin sağlanması adına, sunulacak ürünlerin/hizmetlerin sunum başlangıç saatinden önce planlanmış, üretilmiş, organize edilmiş, personellerle ilgili tüm eksikliklerin giderilmiş, ortam temizliği, konaklama ve diğer yeterliliklerle ilgili tüm hazırlıkların tamamlanmış olması gerekmektedir. Üretim planı ve yönetimini ilgilendiren bu süreçte önemli bir unsur olarak tedarik zinciri ve toptancılarla olan iletişim büyük rol oynamaktadır. Sunulacak ürünlerin/hizmetlerin üretiminde ve sunumunda kullanılacak araç-gereç, malzeme, alt yapı, insan gücü ve diğer ihtiyaçların zamanında, istenilen kalitede ve optimum maliyetle temin edilmesi, tedarik zinciri temsilcilerinin ve toptancıların önemini daha da artırmaktadır.

Tarımsal Turizm İşletmelerinde Üretim Planlaması ve Yönetimi

Tarımsal turizm; kentlerde yaşayan bireylerin, kırsal kesimdeki hayatı daha iyi anlamalarını, günlük hayatlarına daha fazla yansıtılmalarını, yerel kültürleri yakından tanımalarını ve toprakla yakınlaşmalarını sağlayan bir turizm türüdür. Tarımsal turizm, kırsal nüfusa ek gelir sağlayarak köyden kente göç ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve kültürel sorunların azaltılması amacını taşımaktadır (Türkben vd., 2012: s. 47). Çoğunlukla şehirlerden uzak ve yerel yerleşim yerlerinde faaliyet gösteren tarımsal turizm işletmeleri, kırsal alanlara bakış açılarının değişmesine yol açabilmektedir. Fakat bakış açılarının değişmesi kolay ve hızlı olmamaktadır. Bu süreçte, özellikle de pazarlama yöneticilerinin bakış açıları ve yaklaşımları önem kazanmaktadır. Bu bakımdan düşünüldüğünde, tarımsal turizm ürünlerindeki/hizmetlerindeki üretim planlama ve yönetiminin önemi daha iyi anlaşılabilir. Değişen ve gelişen bakış açıları, ortaya çıkan birçok olumlu ve etkili sonuçlarıyla tarımsal turizmin önemi daha da artmaktadır. Cox ve diğerleri (1995: s. 210) buna örnek olarak bir çalışmada, “Turizm, Hawaii'nin tarım sektörünün yapısını ölümüne neden olmadan değiştirdi. Turizm, özel meyveler, kahveler, kuruyemişler, çiçekler ve fidanlık ürünleri gibi yüksek değerli, geleneksel olmayan ürünlerin üretilmesiyle çeşitlendirilmiş tarımı teşvik etti” biçiminde bir tespiti yer vermiştir. Öte yandan, tarımsal kalkınmanın yeni paradigması, üretkenliği ve çevrenin faydasını süresiz biçimde koruyabilen, tarımsal faaliyetler sisteminde sürdürülebilir bir tarım gerektirmesidir.

Tarımsal kalkınma, sürekli olarak üretkenliği ve çevrenin faydasını koruyabilen bir sistem ve sürdürülebilir bir tarım faaliyeti gerektirmektedir (Ekawati vd., 2016: s. 229). Bu doğrultuda tarımsal faaliyetlerin turizme açılması ile kırsal alanlara olan ilgi artmış ve tarımsal turizm işletmeleri kurulmaya başlamıştır. Kırsal turizm işletmeleri, tarıma alternatif olarak kırsal yerlerde gelişmiştir. Turizm ve tarım arasındaki karşılıklı ilişki, literatürde makro düzeyde tartışılmış ancak işletme düzeyinde tartışılmamıştır (Fleischer & Tchetchik, 2005: s. 493). Kırsal alanlar, pazarlama için turizm ve rekreasyon kompleksi olmaktan çok çoğunlukla ikincil gezi bölgesi olarak görülmüştür (Heneghan, 2002: s. 73). Bu yüzden birçok işletme yöneticisi için, kırsal alanlarda bulunan mikro boyuttaki yerel işletmeler belirli bir süre önemsenmemiştir. Fakat bu durum son yıllarda değişmeye başlamıştır. Kırsal alanlarda faaliyet gösteren yerel işletmeler, çiftlikte veya bahçe işlerinde çalışma gibi birçok rekreasyonun yer aldığı farklı aktiviteler sundukları için yoğun talep görmektedir. Özellikle sağlıklı beslenmeyi önemseyen her yaşta bireye hitap edebilen yerel turistik işletmeler, sektörde oldukça önemli bir konuma gelmiştir. Bu nedenle turizm pazarlamacıları, kırsal alanlarda yer alan ve tarımsal aktivitelere yer veren işletmeleri daha fazla önemsemeye başlamıştır.

Pazarlamacıların tarımsal turizme verdiği önemin temelinde işletmecilik, stratejik veya akademik bakış açısı yer alırken, evrensel anlamda tarım turizmine verilen önemin farklı nedenleri vardır. Buna göre, tarım turizmi ile ilgili birçok kesimin veya kurumun farklı amaçları vardır. Artuğer ve diğerleri, (2013: s. 2) tarımsal turizmin amaçlarını genel olarak alttaki biçimde sıralamıştır:

- Ekolojik yaşam hareketlerindeki bireyler ve gruplar arasındaki iletişimin güçlendirilmesi.
- Ekolojik üretimin öncelikle kırsal nüfus ve doğal döngülerle uyumlu, sürekli bir yaşamsal kaynak barındırması ve bu yönde örnekler oluşturulması.
- Kentlerde yaşayan bireyler tarafından çiftliklerdeki yaşamın deneyimlenerek, ekolojik yaşamla ilgili sorumlulukların içselleştirmesi ve günlük yaşamda daha çok uygulamanın ortaya çıkarılması.
- Üretici/işletme ve tüketici/müşteri faaliyetlerinde ilk elden ekolojik yöntem, deneyim ve bilgi paylaşımının sağlanması.
- Doğa dostu, sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerinin desteklenmesiyle toprak, hava, su kalitesinin, biyolojik çeşitliliğin, iklimlerin ve diğer doğal döngülerin sağlıklı bir biçimde devamına katkıda bulunulması.

Tarımsal turizm, tarım faaliyetlerinin yoğun olduğu alanlarda yapılan ve kaynakların sürdürülebilirlik doğrultusunda kullanıldığı bir turizm türüdür. Tarımsal turizm faaliyetleri, kitle turizmine göre çevre ve çevresel ürünlere verilen zararın oldukça az olması, ekoloji ve sosyal taşıma kapasitesi gibi sorunlara yeni çözümler getirmesi ve kırsal bölgelerin ekonomik kalkınmasına sağladığı katkılar nedeniyle hükümetlerce de desteklenmektedir (Civelek Oruç vd., 2015: s. 40). Devlet ve işletme yöneticilerinin, kırsal bölgelerde yoğunlaşan tarımsal turizm faaliyetlerine bakış açısı, turizm işletmelerinin gelişmesinde etkili olabilmektedir. Tarımsal turizm aktiviteleriyle sıkıcı ve yorucu şehir hayatından uzaklaşmak isteyen bireylere fırsatlar sunan turizm işletmelerinde, yürütülen tüm faaliyetlerin belirli bir düzen ve disiplin içinde olması gerekmektedir. Bu düzenin sağlanması için, hizmet veren diğer turizm işletmelerinde olduğu gibi bir planlama, organizasyon ve yönetim sürecine ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyaç duyulan tüm gerekliliklerin eksiksiz biçimde sağlanabilmesi ise yöneticilerin doğru bir bakış açısına sahip olmasına bağlıdır. İslamoğlu ve Aydın (2016: s. 241), hizmetlerin düzenlenip planlanırken bakış açılarının odaklanması gereken noktaları alttaki biçimde sıralamaktadır:

- Öz hizmetin alınıp tüketilmesini kolaylaştırmak.
- İşlevselliği, emniyeti ve güvenilirliği sağlamak.
- Basit kullanımı sağlamak ve karmaşıklıktan kaçınmak.
- Zevk ve teşvik ediciliği sağlamak.
- Esnekliği, estetiği ve çevreye uyumu sağlamak.
- Kolaylaştırıcı, destekleyici ve zenginleştirici ürünlerde/hizmetlerde kimin neyi, niçin, nasıl, nerede ve ne zaman sunacağını belirlemek.

Türkiye’de Kırsal/Tarımsal Turizmdeki Üretim Planlaması ve Yönetimi Faaliyetleri

Kırsal turizm kavramında yer alan kırsal ifadesi, Türkiye’de “kırsal alan” olarak anlaşıldığından yayla turizmi, mağara turizmi, ekoturizm ve doğa sporları gibi etkinlikler kırsal turizm ile aynı görülmektedir. Kırsal turizmde esas amaç bir köyde, bir çiftlikte, bir dağ evinde vb. bir yerde konaklayıp kırsal kültürlerle tanışarak ve kaynaşarak bir

tatil geçirmek olduğundan, amaç ve etkinlikler bakımından tarımsal turizm ile aralarında bazı farklar mevcuttur (Soykan, 2003: s. 2). Kırsal turizm, çiftlik turizmi ile tarım turizmi faaliyetlerini içeren, aynı zamanda kampçılık, safari sürüşleri, el işçiliği pazarları, kültürel faaliyetler, macera sporları, yürüyüş parkurları, müzik faaliyetleri ve kırsal alanda yer alan çeşitli aktiviteleri kapsamaktadır.

Tarımsal turizm daha çok tarımla ilgili faaliyetlere dayalı turistik gezilerden oluşurken çiftlik turizmi, ana faaliyeti kırsal alanda konaklama olan, ziyaretçilerin yürüyüş, tekne gezisi gibi faaliyetleri yapabildiği ve çiftlik işlerinde çalışılabildikleri faaliyetleri içermektedir (Pezikoğlu, 2012: s. 86). Bu yüzden, tarımsal turizm aktivitelerinin kültürel, sosyal ve toplumsal yapı ile de uyumlu olması gereklidir. Tarımsal turizmin toplumsal ve sosyal yapıya olan etkileriyle ilgili yürütülen bir çalışmada; Uduji ve diğerleri (2020: s. 2), “kadın, küçük işletme sahiplerini turizm değer zincirine dahil eden müdahalelerin, toplumsal cinsiyetin güçlendirilmesini ve sosyal içermeyi teşvik etmek için önemli bir araç olabileceğini” belirtmiştir. Çoğunlukla büyük çiftliklerde ve yerel halkın sahip olduğu bağ ve bahçelerde yürütülen tarımsal turizm faaliyetleri için altyapı, resmî kurumların desteği, girişimcilik kültürü, belirli sosyal ve toplumsal gerekliliklerin bulunmasının yanı sıra, doğal ve mevsimsel şartların da uygun olması gerekmektedir.

Türkiye sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal turizm güzellikleriyle potansiyel bir turizm cennetidir. Bu turistik arz potansiyeliyle birçok rakip ülkeye göre oldukça büyük bir zenginliğe sahiptir. Coğrafi özelliğinden dolayı birçok turistik ürüne sahip olan Türkiye, dört mevsimin yaşandığı sayılı ülkelerden biridir (Çıkın vd., 2009: s. 1). Bu doğal olanaklar turizm dışında Türkiye’yi aynı zamanda, tarıma son derece elverişli bir ülke haline getirmekte ve yedi coğrafi bölgesinde, farklı birçok tarım ürününün yetiştirilebilmesine imkân vermektedir. Bu olanaklar ile Türkiye’nin her bölgesinde farklı ürünler ve hizmetler için tarımsal turizm faaliyetleri rahatlıkla yürütülebilmektedir. Ayrıca, üç tarafında deniz olan, ülke içinde yer alan birçok akarsu ve göl sayesinde balıkçılık ile ilgili büyük potansiyel, deniz balıkçılığı, balık çiftlikleri, tekne ve olta balıkçılığı gibi farklı şekillerde değerlendirilmektedir.

Yöntem

Carl Menger 1883 yılında, ‘Sosyal Bilimlerde Yöntem Üzerine Soruşturmalar’ başlıklı çalışmasında, bir sosyal bilim olan iktisadın tarihsizleştirilmesini ve doğa bilimlerinde olduğu gibi evrensel kanunların peşinde olduğunu savunur. Menger, saf teorinin; bireysel ve sistem davranışı modellemeleri üzerinden, tümdengelimci yöntem ile ortaya çıkartılabileceğini belirtmektedir (Açık Turğuter, 2016: s.10). Tümdengelim; bütün ile parçalar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkaran “bütüne yüklenen anlam, bütünün parçalarına da yüklenir” kavramının kabulüdür. Bu ilişkinin dayanağı, “bütün, parçasından büyüktür” düşüncesidir. Tümel çıkarımların sağlam ve güvenilir olarak kabul edilmesinin nedeni; bütüne yüklenen öznenin bütünün parçalarına yüklenebilmesi nedeniyle tek duruma ilişkin açıklamayı içermesi ve sonuçla öncüller/bilenenlerle bilinmeyenler arasındaki ilişkiyi zorunlu kılmasıdır (Yeşilyurt, 2019: s.8).

Çalışmada; tümdengelim yöntemi doğrultusunda, literatür taraması sonucunda hizmetlerde ve turizm işletmelerindeki üretim planlama ve yönetimi faaliyetleriyle ilgili elde edilen genel bilgilerden, tarımsal turizm işletmelerindeki üretim planlama ve yönetimi faaliyetleri ile ilgili özel ve detaylı bilgilere ulaşılmıştır. Genel bir bakış açısıyla turizm işletmelerindeki üretim planlama ve yönetimi faaliyetleri, özel bakış açısıyla ise tarımsal turizm işletmelerindeki faaliyetler detaylı ve irdeleyici biçimde açıklanmış ve tartışılmıştır. Genelden özele doğru izlenen

bir anlayışa bağlı olarak kullanılan tımdengelim yöntemi ile elde edilen tüm bilgiler ve çıkarımlar, hizmet pazarlaması stratejisi doğrultusunda analiz edilmiştir.

Analiz sonucunda, tarımsal turizm işletmelerinin üretim planlama ve yönetimi ile ilgili faaliyetlerde neler yapılabilecekleri hakkında değerlendirmelere yer verilmiştir. Sonuç olarak, tarımsal turizm işletmelerinin detaylı, stratejik planlamalar ve yönetim süreçleri ile kapasiteleri doğrultusunda ürün/hizmet üretmek faaliyet gösterebilmelerine yönelik analizler ve çıkarımlar geliştirilmiş ve hizmet pazarlaması stratejileri doğrultusunda, tarımsal turizm işletmelerinin üretim planlama/yönetimi faaliyetlerini başarılı biçimde yürütebilmeleri, hedef kitlelerinde memnuniyet oluşturabilmeleri ve daha fazla müşteri kazanabilmelerine yönelik öneriler sunulmuştur.

Bulgular ve Tartışma

Tatil sözcüğünün içeriği değişmiş ve artık sadece eğlenceyi çağrıştırmamaktadır. İnsanlar eğlencenin yanı sıra doğayı keşfetmeyi, yerel kültürleri tanımayı ve kırsal kesim insanları ile bütünleşmeyi de turistik amaçları içinde düşünmektedirler. Gelişmiş ülkelerde önemli tarihsel ve sanatsal değerlere sahip kentler üzerindeki turizm yükünün hafifletilmesinde tarımsal turizm önemli bir seçenek olarak görülmektedir (Demircioğlu, 1993: s. 8). Tarımsal turizm faaliyetleri son yıllarda tüm dünyada ilgi görmeye başlamış, özellikle yıl içinde çok sayıda tarımsal ürün hasadına olanak veren farklı ve uygun mevsimlerin yaşandığı ülkeler için vazgeçilmez bir turizm seçeneği olarak yerini almıştır. Kırsal bölgelerde farklı destinasyonlarda faaliyet gösterebilen, tarımsal ürün/hizmet üretiminin yanı sıra, kültürel ve sosyal turlar, doğa yürüyüşleri, gezi, spor vb. aktivitelerle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekebilen tarımsal turizm işletmelerinin, devlet kurumlarınca her konuda desteklenmesi, bu alandaki faaliyetlerin devamı ve geleceği için büyük önem arz etmektedir. Özellikle turistlerin ulaşım ve konaklama ihtiyaçları için ciddi yatırımlara ve desteklere ihtiyaç duyulmaktadır.

Tarımsal turizm işletmeleri, kendi kapasiteleri doğrultusunda konaklama ve diğer temel ihtiyaçlar için birçok yatırım yapıyor olsa da ihtiyaç duyulan birçok gereklilik mevcuttur. Bu anlamda, işletmelerde detaylı ve stratejik planlamalar ve yönetim süreçleri ile kapasite doğrultusunda hizmet vermeye çalışmak en doğru yol olacaktır. Tarımsal turizm işletmelerinin konaklama ve benzeri gereklilikleri tek başlarına sağlayabilmesi zordur. Bu yüzden bu bölgelerde konaklama işletmelerine ilave ihtiyaç duyulmaktadır. Aynı biçimde, konaklama işletmelerindeki ürünlerin/hizmetlerin planlanması, organizasyonu ve yönetim süreci de stratejik ve hedef odaklı olmalıdır. Konaklama işletmelerinde sunulan ürün ve hizmetlerin talep ve beklentileri karşılayabilecek biçimde planlanması, yönetimi, organizasyonu ve yönetimindeki başarı, ürünlerin/hizmetlerin aksamadan müşterilere/tüketicilere sunulmasını sağlayacağından hedef kitlede memnuniyet oluşması sonucu ortaya çıkacaktır. Bu sonuç ise, işletmelerin rekabet gücü kazanmasında olumlu etki oluşturacaktır. Ayrıca, tarımsal turizmin kültürel geçmişin canlanmasına ve yerel yerleşim yerlerinin gelişimine olumlu etkileri olmaktadır. Pillay ve Rogerson (2013, s. 49)'un değindiği gibi, turizmin geriye dönük bağlantı potansiyelinden yararlanmak, gelişmekte olan ülkelerdeki yerel etkilerin artırılması açısından kritik öneme sahiptir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 yılında, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 başlığıyla yayımlanmış olduğu 2. Eylem Planı Kitapçığında; Turizm ve Kültür Bakanlığı Müdürlükleri ile birlikte yerel yönetimlere ve Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Müdürlükleri'ne, turizm olanaklarının/kapasitesinin geliştirilmesi ve daha yoğun biçimde kullanılabilmesine yönelik sorumluluklar verilmiştir. Bu doğrultuda, uzmanlaşmış turizm merkezleri ve turizm türlerinin entegre olacak şekilde planlanması, firmaların belgelendirmesi, arazi tahsisi yapılması, gençlik turizmine

yönelik çalışmalar yapılması, iç turizm pazarında alternatif turizme dayalı ürünler araştırılarak bölgesel ve yerel bazda kapasite artırmaya yönelik çalışmalar ve bunların tanıtımının/pazarlamasının yapılması, sosyal turizmin desteklenmesi, ulusal ve uluslararası pazarlarda istenilen imajın oluşturulması için gerekli çalışmaların yapılması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde varış noktalarının marka haline getirilmesi, Türkiye Turizm Stratejisi'ne uyum sağlayacak biçimde yerel turizm stratejilerinin oluşturulması, yatırımcıların ve işletmelerin stratejilere uygun biçimde hareket etmelerini sağlayacak ortam hazırlanması ve turizmin yoğun olarak geliştiği alanlarda ciddi bir altyapının oluşturulması gibi birçok stratejik hedef belirlenmiş ve uygulanmaya başlanmıştır (<https://www.ktb.gov.tr/>). Avusturya, İngiltere, Almanya, Kuzey Amerika ve Yeni Zelanda'da yapılan çiftlik turizmi uygulamaları son yıllarda Türkiye'de de turizm arzı içinde yer almaya başlamıştır. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneğinin 2004'te uygulamaya başladığı, Tarım Turizm Bilgi ve Tecrübe Takası projesi ile Türkiye'deki 72 çiftlik, çiftlik turizmi hizmeti vermeye başlamıştır. Proje, ekolojik tarım yapan çiftçileri turizm faaliyetleriyle daha aktif hale getirerek finansal ve psikolojik bakımdan desteklemeyi amaçlamıştır (Kılıç & Kurnaz, 2010: s. 44). Günümüzde ise tarımsal turizm faaliyeti sunan çiftlik sayısının 2004 yılına kıyasla oldukça fazla sayıda olduğu dile getirilebilir.

Üretim yönetimi ve planlama ile ilgili olarak, örneğin bir çiftlik kapılarını turistlere açmadan önce; yabancı dil bilen en az birkaç çalışan istihdam etmiş, ulaşım ile ilgili araçları ve personeli temin etmiş, toprak işlerinde kullanılmak üzere gerekli alet ve makineleri tedarik etmiş, sulama ve şebeke amaçlı kullanılacak suya erişilmiş, ihtiyaçtan fazla üretilecek tarımsal ürünler için soğuk hava deposu veya uygun toptancılar aracılığıyla pazara sunulmasıyla ilgili bağlantıların kurulmuş, konaklama ile ilgili ihtiyaçların giderilmiş vb. eksikliklerin tamamlanmış olması gerekmektedir. Giderilen ihtiyaçların temini ve organizasyonundan daha önemli olan bir diğer konu ise tüm uygulamaların uygun stratejiler doğrultusunda planlanması, yönetilmesi ve yürütülmesidir. Kısaca belirtmek gerekirse, üretim ile ilgili yönetim sürecinin doğru ve detaylı biçimde yürütülmesi ile üretim planlaması çabalarında başarılı sonuçlara ulaşılması mümkün olacaktır. Planlama, organizasyon ve yönetim süreciyle ilgili faaliyetlerde ve çabalarda, girişimciler/işletmeler kadar resmî kurumların/yönetimlerin çabalarına ve uygulamalarına da gereksinim duyulmaktadır. Bu anlamda, Türkiye'deki bazı bakanlık ve kurumların ortak çalışmasıyla ortaya konulan çalışmalar umut vericidir.

Sonuç

Son yıllarda yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri kırsal bölgelerin tarihi, doğal ve kültürel değerlerini yerli ve yabancı turistlerin ilgisine sunarak tarımsal turizmden yararlanma çabaları içerisine girmişlerdir (Aydın, 2012: s. 44). Bu çabaların sonuca ulaşabilmesi, doğru ve uygun planlama, organizasyon ve yönetim sürecini gerektirmektedir. Ürünlerin yetiştirildiği bölge ve alanlara göre, turizm amaçlı sunulacak ürünlerin/hizmetlerin uygun zamanda başlatılması, doğru yer ve zamanda doğru kesimlere yönelik uygulanacak tanıtım faaliyetleri, tohum, fide, fidan, araç-gereç ve diğer ihtiyaçların doğru zamanda temini, mevsim ve toprak şartlarına uygun ekim için gereken malzemelerin temini, ilave işgücü temini, konaklama olanakları, altyapı olanakları vb. birçok gerekliliğin hedef odaklı ve detaylı stratejilerle planlanması/yönetilmesi gereklidir. Ayrıca, tarımsal turizm faaliyetlerinde kritik öneme sahip olan kırsal yerleşim yerine ulaşımın sorunsuz sağlanabilmesi için Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, Türkiye'deki ilgili bakanlıklar ve kurumların gerekli tedbirleri alması, kırsal işletmelerin ise ulaşımındaki herhangi bir aksaklık durumuna karşı tedbirli olması, sunulacak ürünlerin/hizmetlerin planlandığı gibi yürütülebilmesini sağlayacaktır.

Ulusal ve uluslararası boyutta faaliyet gösteren tarımsal turizm işletmelerinin daha fazla müşteri/tüketici çekebilmesi ve başarılı sonuçlar elde edebilmesine yönelik, uygulanabilir planlama ve yönetim süreçleriyle ilgili aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Tarımsal turizm ürünlerinin/hizmetlerinin planlama ve yönetimi faaliyetlerinin düzenleyici, destekleyici, esnek, değişime ve gelişime açık bakış açılarıyla yürütülmesi sağlanmalıdır.
- Tarımsal turizm işletmeleri temelde hizmet ürünü sundukları için, istihdam edilecek bireylerde iş ile ilgili eğitime, giyim-kuşama, yabancı dil konuşulabilmesine, diksiyona ve davranış kurallarının öğrenilmesine öncelik verilmelidir.
- Devamlı iyileştirme ve gelişim temelli, ekstra maliyetlerin ve israfın azaltılmasının amaçlandığı fakat gerektiği yerde/zamanda esnek olunan, üretim başta olmak üzere tüm işlemlerde etkinliği ve minimizasyonu sağlayan yöntemler benimsenmeli ve uygulanmalıdır.
- Tarımsal turizm işletmelerinde yürütülecek üretim yönetimi ve planlaması faaliyetleri pazarlama, dağıtım, tutundurma, fiyatlandırma çabaları ve diğer işletmecilik faaliyetleriyle uyumlu ve bilgi alışverişini sağlayacak biçimde olmalıdır.
- Turizm sezonlarında yaşanabilecek aksaklıkların önüne geçilebilmesi, tarımsal turizm işletmelerinin yürüttüğü pazarlama çabalarının boşa gitmemesi ve başarılı sonuçların alınabilmesi için, her şeyden önce ürün/hizmet üretimi ve sunumunda ihtiyaç duyulan gerekliliklere odaklanılmalıdır.
- İhtiyaç duyulan tüm malzeme ve araç-gereçlerin olabildiğince çevredeki yerel işletmelerden temin edilmesi daha doğru olacaktır. Böylece, kırsal alandaki yerel ve mikro bazda üretim yapan birçok işletmenin ekonomik olarak ayakta kalmasına katkıda bulunulmuş olacaktır.
- Tarımsal turizm işletmelerinde çalışacak personel seçiminde yörede yaşayan kişilere öncelik verilmelidir. Çünkü bulunulan yerin toprak yapısını, yaşam biçimini, kültürel yapıyı, sosyal yaşamı, doğal ortamı, gezilecek-görülecek yerleri vb. özellikleri en iyi bilen kişiler yörede yaşayanlardır. Böylece, günlük gezi-tur, kültürel aktiviteler, sosyal aktiviteler vb. faaliyetlerde yörede yaşayan çalışanlar tarafından sunulacak detaylı/etkileyici bilgiler ve hizmetler, turistlerin memnuniyetini artıracaktır.
- Profesyonel veya amatör olarak yürütülen balıkçılık faaliyetlerinin aktif biçimde tarımsal turizme kazandırılması, balıkçılık ve turizm için olumlu sonuçların alınmasını sağlayacaktır. Bu yüksek potansiyelin daha işlevsel ve verimli biçimde kullanılabilmesi ise her alanda olduğu gibi profesyonel, detaylı ve uygulanabilir bir planlama, organizasyon ve yönetim süreciyle mümkündür. Yerli ve yabancı turistlere ekip-biçme, sulama, ürettiğini tüketme, doğa faaliyetleri ve balıkçılıkla ilgili kaliteli ürün/hizmet ve eğlenerek öğrenme vaat eden bir çiftlikte veya bir yerel turizm işletmesinde, üretimle ilgili farklı planlamalar/organizasyonlar yapılmalı ve etkin/verimli sonuçlara ulaştıracak yönetim süreçleri takip edilmelidir.
- Ulusal ve yerel yönetimler tarafından yürütülen, tarımsal turizm işletmelerinin desteklenmesiyle ilgili uygulamalar çeşitlendirilerek çoğaltılmalı, içerik olarak her işletmeye hitap edecek programlar yürütülmelidir. Mali ve diğer alanlardaki destekler dışında işletme çalışanlarının üretim planlama ve yönetimi, pazarlama, ürün/hizmet sunumu ve diğer faaliyetlerle ilgili eğitimlerine ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunacak kurslara/çalışmalara ağırlık verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Açık Turğuter, E. (2016). Yöntem tartışmaları'nın sosyal bilimlere p. bourdieu ve a. giddens üzerinden yansımaları, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, OS (SI) 2, 9-17.
- Altınay, M., Bıçak, H. A. & Alipour, H. (1995). Turizmde planlama - politikalar ve KKTC turizm sektörü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 87-91.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. & Torlak, Ö. (2017). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 3. Baskı.
- Artuğer, S., Özkoç, A. G. & Kendir, H. (2013). Ta-Tu-Ta (tarım-turizm-takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 01-05.
- Aydın, O. (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- Bahar, R. (2021). *Hizmet Hataları ve Telifisinde Kullanılabilecek Stratejiler*. Şahin Karabulut (Ed.), İşletme Biliminde Kuramsal ve Pratik Pazarlama Konuları (ss. 219-232), Gazi Kitabevi, 1. Baskı.
- Civelek Oruç, M., Dalgın, T. & Çeken, H. (2015). Tarım turizmi uygulamaları ve pazarlama modelleri: Türkiye için bir model önerisi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 40-45.
- Cox, L.J., Fox, M. & Bowen R.L. (1995). Does tourism destroy agriculture?. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 210-213. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)90069-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)90069-1).
- Çıkmın, A., Çeken, H. & Uçar, M. (2009). Turizmin tarım sektörüne etkisi, agro-turizm ve ekonomik sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1), 1-8.
- Demircioğlu, G. (1993). Kırsal turizm nedir?. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(5), 8-10.
- Demirdöğen, O. & Güzel, D. (2009). Üretim planlama ve iş yükleme metotları. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 43-67.
- Dredge, D. & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, (51), 285-297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>.
- Duru Baykal, P. & Tunç, M. (2011). Bornoz dikiminde üretim yönetimi üzerine bir çalışma. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 26(2), 9-17.
- Duymaz, İ. & Ergen, F.H. (2013). *Üretim Yönetimine Giriş*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı.
- Ekawati, E., Darsono, D., Kusnandar, K., & Kusrini, N. (2016, 6-7 Aralık). The assessment of ecology dimension sustainability of rice production in West Kalimantan. Revitalization of Professional Association and Scientific Knowledge for Hrd of Higher Education, Workshops as an Organization Profession, International Conference, Pontianak, Indonesia.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Eren, E. (2013). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., Gözden Geçirilmiş 9. Baskı.

- Fleischer, A. & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture?. *Tourism Management*, 26(4), 493-501. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.10.003>.
- Heneghan, M. (2002, 12 Şubat). Structures and processes in rural tourism. *Rural Development Conference*, Tullamore, İrlanda.
- İrdem, A. (2014). Konaklama işletmelerinde yiyecek ve içecek maliyetlerinin düşürülmesine yönelik stratejik bir yaklaşım: Üretim planlaması üzerine bir model önerisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32), 81-104.
- İslamoğlu, A.H. & Aydın, K. (2016). *Hizmet Pazarlaması*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 4. Baskı.
- Kılıç, B. & Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kobu, B. (2017). *Üretim Yönetimi*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 18. Baskı.
- Kurtlu, Ayşe & Çakır, Şeyma (2019). Konaklama işletmelerinde maliyet minimizasyonu sağlamada Kaizen maliyetlemenin rolü. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 93-110.
- Paker, S. (2022). *Müşterinin Hizmet Üretim Sürecine Katılımı: Kişiselleştirilmiş Bıçak Örneği Üzerine Bir Araştırma*. Şahin Karabulut (Ed.), Ulusal ve Küresel Ölçekte Tüm Yönleriyle Pazarlama (ss. 149-166), Gazi Kitabevi, 1. Baskı.
- Pezikoğlu, F. (2012). Sürdürülebilir tarım ve kırsal kalkınma kavramı içinde tarım-turizm-kırsal alan ilişkisi ve sonuçları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 83-92.
- Pillay, M. & Rogerson, C.M. (2013). Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: The accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. *Applied Geography*, (36), 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.06.005>.
- Rogerson, C. M. (2012). Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing world: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research*, 7(4), 616-623. <https://doi.org/10.5897/AJARX11.046>.
- Sarışık, M. (1994). Konaklama işletmelerinde mutfak planlamasında dikkat edilmesi gereken konular. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 68-72.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, (12), 1-11.
- Soysal, M. & Ömürgönülşen, M. (2010). Türk turizm sektöründe talep tahmini üzerine bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 128-136.
- Tek, Ö. B. & Özgül, E. (2010). *Modern Pazarlama İlkeleri-Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım*. Birleşik Matbaacılık. 3. Baskı.
- Torres, R. & Momsen, J.H. (2004). Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, 4(4), 294-318. <https://doi.org/10.1191/1464993404ps0920a>.

Türkben, C., Gül, F. & Uzar, Y. (2012). Türkiye’de bağıcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 47-50.

Uduji, J. I., Okolo-Obasi, E. N., Onodugo, V. A., Nnabuko J. O. & Adedibu B. A. (2020). Corporate social responsibility and the role of rural women in strengthening agriculture-tourism linkages in Nigeria's oil producing communities. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(6), 754-780. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1826500>.

Yeşilyurt, E. (2019). Kuramsal temelleri açısından öğretim stratejilerinin temel özellikleri: Bir derleme çalışması. *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 57-78.

<https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>. Erişim Tarihi: 24.08.2022.

An Analysis of Production Planning and Management Activities in Agricultural Tourism Enterprises with the Perspective of Service Marketing

Ahmet AYDIN

Nişantaşı University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Istanbul/Turkey

Extended Summary

Literature Review

The main purpose in enterprises is to ensure the most effective and efficient use and exchange process of resources in the most efficient way possible. Since the activities carried out for this purpose are related to the decisions that an organizational department or unit will make in order to achieve the most positive result from the available opportunities, it is necessary to organize and operate these tools and opportunities in the best way (Eren, 2013: p. 39). For this reason, enterprises managers need to analyze all the stages related to production in detail and accurately and perform different operations. As Duru Baykal and Tunç (2011: p. 10) has mentioned, analysis of human activities that is analysis of workflow, calculation of standard times and creation of work groups is required in production management.

Many different factors in production activities are among the factors that are important for the competitiveness of service enterprises. At the beginning of these factors; making, adapting and managing a production planning in accordance with the organizational structure is included. Considering that their share in economies is increasing every year, the importance of production planning and management activities in the service sector is better understood. As Bahar (2021: p. 219) stated, when world economies are taken into account, the ratios between the primary sector consisting of agriculture, fisheries, forestry and mining sectors, the secondary sector expressing the manufacturing, mining and industry sectors, and the tertiary sector, which is called the service sector, differ shows. While the share of primary and secondary sectors in economies is decreasing each year, the share of the tertiary sector is increasing.

Tourism planning and policy is; it is one of the most important factors on how tourism develops, who wins and loses, and how tourism benefits and results are distributed (Dredge and Jamal, 2015: p. 285). The main purpose of planning, organization, management and applications related to production in tourism enterprises that offer different types of products and services; to produce/provide services at optimum costs and to gain competitive power by making high profits. Considering the different types and structures of tourism enterprises, it is seen that many different types of products/services such as accommodation, travel, health-recreation, entertainment and food and beverage are planned and organized in detail.

Method

Carl Menger, in his work titled 'Investigations into Method in Social Sciences' in 1883, advocates the dehistoricization of economics as a social science and the pursuit of universal laws as in natural sciences. Menger, Pure theory's; states that it can be revealed with the deductive method through individual and system behavior modeling (Açık Turğuter, 2016: p.10). Deduction is the acceptance of the concept of "the meaning attributed to the whole is also attributed to the parts of the whole", which reveals the relationship between the whole and the parts. The basis of this relationship is the idea that "the whole is greater than its part". The reason why decisional inferences

are accepted as sound and reliable is that they contain an explanation of a single situation due to the fact that the subject loaded on the whole can be loaded on the parts of the whole and obliges the relationship between the result and the antecedents/known and unknown (Yeşilyurt, 2019: p.8).

In the study; in line with the deduction method and literature review, from the general information obtained about the production planning and management activities of the products/services offered in the tourism enterprises, specific and detailed information has obtained about the production planning and management activities in the agricultural tourism enterprises. From a general point of view, production planning and management activities in tourism enterprises, and from a special point of view, activities in agricultural tourism enterprises have explained and discussed in a detailed and exploratory way. All the information and inferences obtained by the deductive method, which is used depending on an understanding that is followed from the general to the specific, have been analyzed in line with the service marketing strategy.

As a result of the analysis, how are the agricultural tourism enterprises in production planning and management, whether the applications carried out are sufficient, whether the products/services are efficient and whether customer/consumer satisfaction could have been ensured, etc. in line with the questions have been given evaluations and suggestions about what can be done. As a result, analyzes and inferences have been developed for agro-tourism enterprises to operate by producing products/services in line with their detailed, strategic planning and management processes and their capacities. In addition, in line with service marketing strategies, suggestions have been presented for agricultural tourism enterprises to successfully carry out production planning / management activities, to create satisfaction in their target audiences and to gain more customers.

Findings and Discussion

It is difficult for agro-tourism enterprises to provide accommodation and similar requirements on their own. Therefore, there is an additional need for accommodation establishments in these regions. Likewise, the planning, organization and management process of products/services in accommodation businesses should also be strategic and target-oriented. The success in the planning, management, organization and management of the products and services offered in the accommodation establishments in a way that can meet the demands and expectations will result in the satisfaction of the target audience when the products/services will be presented to the customers/consumers without interruption. And this result, will have a positive effect on the competitiveness of enterprises. In addition, agricultural tourism has positive effects on the revival of the cultural past and the development of local settlements. As Pillay and Rogerson (2013: p. 49) mentioned, exploiting the backward linkage potential of tourism is critical for increasing local impacts in developing countries.

Planning specialized tourism centers and types of tourism in an integrated way, certification of companies, land allocation, studies on youth tourism, researching alternative tourism-based products in the domestic tourism market, studies to increase capacity on a regional and local basis and promoting/marketing them, supporting social tourism Carrying out the necessary studies to create the desired image in national and international markets, branding the destinations in promotion and marketing activities, creating local tourism strategies in accordance with the Turkish Tourism Strategy, preparing an environment that will enable investors and businesses to act in accordance with the strategies, and ensuring that tourism is intense. Many strategic goals such as the creation of a serious infrastructure

in the areas where it has developed as a company have been determined and started to be implemented (<https://www.ktb.gov.tr/>).

Regarding production management and planning, for example, before a farm opens its doors to tourists; Employed at least a few employees who speak a foreign language, provided transportation vehicles and personnel, provided the necessary tools and machinery to be used in earthworks, accessed water to be used for irrigation and network purposes, cold storage or suitable wholesalers for agricultural products to be produced more than needed. through the establishment of connections related to the introduction of the market, accommodation needs are met, etc. deficiencies must be completed. Another issue that is more important than the supply and organization of the needs met is the planning, management and execution of all applications in line with appropriate strategies.

Conclusion and Recommendations

It is possible for tourists and businesses to benefit from agro-tourism activities effectively and in the desired way, with well-thought-out and detailed production planning and management processes. Organization and activities related to production management and planning in agro-tourism enterprises can be successful when they are compatible with the strategic plans of the enterprise, marketing objectives and the natural environment.

In order for agricultural tourism enterprises operating on a national and international scale to attract more customers/consumers and achieve successful results, the following suggestions can be offered regarding the applicable planning and management processes:

- It should be ensured that the planning and management activities of agricultural tourism products/services are carried out with a regulatory, supportive, flexible, and open to change and development perspective.
- Methods based on continuous improvement and development, aiming to reduce extra costs and waste, but being flexible where/when necessary, providing efficiency and minimization in all processes, especially in production, should be adopted and implemented.
- Production management and planning activities to be carried out in agricultural tourism enterprises should be in harmony with marketing, distribution, promotion, pricing efforts and other business activities and in such a way as to ensure information exchange.
- It would be more accurate have been obtained all the needed materials and tools from local businesses as much as possible. Thus, it will have been contributed to the economic survival of many enterprises that produce on a local and micro basis in the rural area.
- People who know the region well and live in the region should be given priority in the selection of personnel to work in agricultural tourism enterprises. Thus, daily excursions, cultural activities, social activities, etc. detailed/impressive information and services to be provided in the activities will increase the satisfaction of the tourists.
- Applications carried out by national and local governments regarding the support of agricultural tourism enterprises should be diversified and multiplied, and programs that will appeal to every business in terms of content should be carried out. In addition to financial and other support, emphasis should be given to courses/studies that will contribute to the training and personal development of employees of the enterprise related to production planning and management, marketing, product/service delivery and other activities.